



20 Temmuz 2019

# Duygusal yapay zekâ

**Prof. Dr. Fevzi YILMAZ - Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi**

Yapay zekâ, Veri bilimi ve Robotik sözcükleri ile ilişkili ürünler ve süreçler çevremizi kuşatmıştır. İsterseniz Google’de sörf yapın ve bu sözcüklerden her birini ayrı ayrı yazarak sorgulayın, 10 milyonu aşkın sonuç (bağlantı) komutu ekrana çıkar. Bu sözcüklerden ikisinin yan yana yazıldığı araştırma merkezleri üniversitelerimizde boy göstermeye başladı bile! Üniversiteler bu alanları çok önemsemeli, endüstri ile işbirliği yapmalı ve bireyi/toplumu bunların iyi/kötü yönleri hakkında bilgilendirmeli ve bilinçlendirmelidir. Bunlar üniversitelerimizin birincil görevlerinden biridir. Diğer önemli görev ise sürdürülebilirlik konularını önemseme, kısaca yerküre kaynaklarını küresel ölçekte adil kullanma ve aşırı tüketimi önleme amacıyla politikalar geliştirmek ve yerel/merkezi yönetimle işbirliği yapmaktır. Bütün bunlar üniversitelerin yürüttüğü eğitim-öğretim faaliyeti ile eşdeğer önemde görülmelidir.

Yapay zekâ; üretim, ulaştırma, enerji, tarım, sağlık, finans, eğitim, kamu, güvenlik, savunma ve benzeri birçok sektör ve sistem içerisinde duyargalardan (sensörlerden), süreçlerden ve ürünlerden elde edilen verileri kullanılabilir veri kümelerine dönüştürür. Elde edilen verilerle ve yazılımlarla tespit, tanıma, takip, anlam çıkarma, planlama, navigasyon, simülasyon ve tasarıma dayalı senaryo üretimi, karar destek yöntemleri ve benzeri sistemleri geliştirilir. Banka ATM’lerinden otonom (sürücüsüz) araçlara, sanayi robotlarından yol navigasyonuna kadar verimlilik ve güven artırıcı yüzlerce yapay zekâ yöntem ve ürünleri örnek olarak verilebilir.

Yakalanıp evcilleştirilmiş (yapılandırılmış format) büyük veri analizi iş ve ticareti çok arttırmakta ve hayatı kolaylaştırmaktadır. Kısaca, yapay zekâ yazılımları, ürün, marka ve şirketlerle müşteri arzusunun örtüşmesini sağlayabilir ve çok hızlı değişimleri anlık gösterebilir. Örneğin, üretilen öngörü, içgörü, ürün ve hizmette kişiye iletilecek reklam öncesi senaryo “Durum olumlu... hayır olumsuz... yine olumlu!” şeklindedir.

Yüz tanıma algoritmaları ile yapay zekâ teknolojileri daha da yayılacaktır. Bir mağazaya adım attığınızda, kamera yüzünüzden sizi tanıyacak ve bilgilerinizi hızla çekecek ve satış elemanına iletacaktır. Eleman doğal olarak siz söylemeseniz de ne alacağınızı biliyor

olacaktır. Örneğin satış elemanına yarın iş mülakatına gideceğiniz bilgisi verildiğinden tarzınıza uygun ceket ve kravat hızla belirlenebilecektir. Bu arada telefonunuza düşen kupon teşvikli diğer sahici ihtiyaç reklamları sizi şaşırtmakta olacaktır. Eğer siz market gezer ve gerçek alıcı olmayan biri iseniz veya para darlığınız varsa sizi mağaza elemanları çoktan tanımışlardır ve görmezden geleceklerdir. Bir olumlu örnek: Eğer gıda reyonunda iseniz ve kronik hastalığınız varsa satış elemanı size ürünlerden uygun olanını önerecek veya daha ileri halde ürünün kendisi size uyarıda bulunacak ve “Beni almayınız, ..... eşdeğerim size daha uygundur” diyecektir.

Yapay zekâ günümüzde makine öğrenmesi yazılımları ile yeni bir boyut kazanmıştır. Bu boyut kişinin yüz hatlarından duygusunu okuyabilmektir. Alınacak yol uzundur. Buna rağmen reklamcılar ve pazarlamacılar bu teknolojiye saldırmaya başladılar. Örneğin Coca-Cola, duygu tanıma yazılım firması Affectiva ile çalışmaya başlamıştır. Duygu tanıma, insan ilişkilerini ve alışılmış ticaret anlayışını da değiştirebilecektir. Örneğin, otomatik satış makinası önünde duran kişinin çok susamış veya acıkmış olduğu makine tarafından okunacak ve ürün fiyatları ona göre değişebilecektir.

Duygu tanıma yazılımlarının doğuracağı potansiyel fayda/zarar saymakla bitmez. Bu teknoloji ile “İstenmeyen” davranışa sahip kişiler rahatça belirlenebilecektir. Uygulamanın ilk akla geleni güvenlidir. Örneğin, geçenlerde Ms. Taylor Swift Konseri’nden birinde yüz ve duygu tanıma yazılımı ile problem çıkarabilecek insanlar işaretlenmiştir. Bu yazılım ABD havaalanlarına da yerleştirilmiştir. Asabi ve suça meyilliler yüz tarama ve duygu tanıma ile belirlenecek ve daha kapsamlı şekilde sorgulanacaklardır. Otoriter yönetimler bu teknolojiyi memnuniyetsiz vatandaşları fişlemek için kullanabileceklerdir. Çin Komünist Partisi’nin teşvik ettiği böyle bir uygulamayı 100 milyonu aşkın Çinli akıllı telefonuna indirmiştir. Bu duygusal yapay zekâ yazılımına “Sosyal Kredi Sistemi” denmiştir. Programla, lehte ve aleyhte davranış ve sözler kayda alınabilmekte, ödül ve ceza ile ilişkilendirilebilmektedir. Telefon kamerası, Başkan Xi Jinping’in beyanını okuyan kişinin gözünden ve yüzünden mutlu olup olmadığını takip edecektir. AB’nin de bir güvenlik projesi vardır. “Sanal Ayar” denen yazılım sınırlarda “Yapay Zekâ Yalan Dedektörü” olarak görev yapacaktır. Benzer sistemi ABD’de sınırlarda kullanılacaktır. Şirketler de müşteri irtibatlı personelin yeteri kadar güler yüzlü olup olmadığını ölçecektir. “Duygusal Yapay Zekâ” uygun yasal zemin olduğunda sosyal kontrolün ana unsuru olur. O, bütün mutlu ve mutsuz yüzleri verebilecektir. Mutsuz yüzlerin oranı arttığında yönetimler kendilerini sorgulayacaklar ve iyileştirmeler yapacaklardır.

Duygu yapay zekâ ile tam olarak tanımlanabilir mi? Evet ise, bu nasıl anlaşılır? Kişisel duygu durumunun izlenmesi ve paylaşılması ne kadar ahlakidir? Eğer yazılımlar insan duygusunu tam okursa insanlarda hırs ve gücün ne kadar önemli olduğu da ortaya çıkacaktır. Yapay zekâ ve duygusal yapay zekâ yazılımlarının topluma ve bireye etkisi araştırılmalı sosyal ve hukuki düzenlemeler yapılmalıdır. Yasal ve etik düzenlemeler yapılmazsa, bu muazzam teknoloji uzun vadede insanlığın aleyhine dönebilir. Özel hayatın risk altına girmesi ve suistimaller karşısında bireyin mağdur edilmesi söz konusudur.